

大コン事業コンサルティング対象店舗の募集について

★募集期間

毎年4月上旬～5月中旬

★対象店舗

- (1) 静岡市内に店舗を持っていること(小売業、飲食業など)
 - (2) 昼間営業していること
 - (3) お店の改善・発展を具体的に考えていること
 - (4) 学生と協同した取組・実践ができること
- ※応募後、静岡県立大学と静岡市で選考し、店舗を決定します。(最大4店舗)

★参加費

無料

※事業の中で発生する費用(物品等の購入費、クーポン発行に係る割引・値引きの経費等)は参加店舗様のご負担となります。(実施可否については協議の上決定)

★打合せ・取組

- ・月1回程度お店にお伺いして行います。(オンラインも可)
(日程の調整をお願いします)
- ※7月～11月の内容及び打合せ回数は各店舗の取組内容により異なります。
- ※打合せには市職員も同席します。
- ・取組内容の方向性について学生と協議しながら決定し、一緒にお店の改善を進めていきます。



問合せ先

静岡市経済局商工部商業労政課

住 所: 静岡市清水区旭町6-8

電 話: 054-354-2306 FAX: 054-354-2132

メール: shogyo@city.shizuoka.lg.jp

この冊子はユニバーサルデザインフォントを使用しています。

令和6年度「大学生によるお店コンサルティング事業」

通称

大コン事業

「大コン事業」での取組内容をお店の魅力向上の参考に!

静岡市・静岡県立大学 岩崎ゼミ 連携事業

Marketing



Shizuoka City



Consulting

Iwasaki Seminar



大コン事業とは…

本市では商業の振興に向けて、①魅力あふれる「個店」の支援、②連携して地域課題に取り組む「商店街」の支援、③個店・商店街が育つ豊かな「まちづくり」を3本柱として取り組んでいます。

その中で大コン事業は「個店」への支援の一環として、静岡市と静岡県立大学経営情報学部・岩崎ゼミが連携し、魅力的で個性のある個店を増やすため、マーケティングを学んでいる学生が個店に対してアドバイスやコンサルティングを行う事業です。

「お客様の声を聴きたい」、「効率的なプロモーションを考えたい」、「お店の強みをさらに磨きたい」等、具体的な取組みを考えているお店に対して、学生がアンケート調査やヒアリング等に基づき、アドバイスを行い、店主と学生が力を合わせて、一緒にお店の魅力向上に取り組んでいます。

教授・ゼミ紹介



岩崎邦彦 教授

<プロフィール>

静岡県立大学 経営情報学部 教授・学長補佐・地域経営研究センター長

【主要研究テーマ】

地域に関連するマーケティング課題の研究

【主な著書】

「地域引力を生み出す観光ブランドの教科書」(日本経済新聞出版社)
「農業のマーケティング教科書:食と農のおいしいつながり」(日本経済新聞出版社)
「引き算する勇気:会社を強くする逆転発想」(日本経済新聞出版社)
「小さな会社を強くするブランドづくりの教科書」(日本経済新聞出版社)
「小が大を超えるマーケティングの法則」(日本経済新聞出版社) 他

<静岡県立大学 経営情報学部 岩崎ゼミ>

マーケティングを研究テーマとしているゼミで、地域の抱える諸問題の解決や地域経済の発展に資する研究・情報発信・実践活動を行い、「地域の元気」に貢献することをモットーとしている。

大学でマーケティングを専攻する学生が、静岡市内のお店のコンサルティングを行う「大コン」は、学生にとって貴重な学びの機会です。ご支援をいただいている静岡市のみなさまに心より感謝申し上げます。

学生は、コンサルティングを通して、お店が抱える様々なマーケティング課題を体感し、マーケティングの方向性を真剣に考えました。コンサルティングの現場では、受診企業の皆様から多くを学ばせていただきました。コンサルティング成果は、学生と受診企業の共働から生まれたものです。今回の事業が、静岡市の個店の発展に少しでもお役に立てたのなら幸いです。

静岡県立大学経営情報学部 教授 岩崎邦彦

<事業のスケジュール>



店舗訪問・打合せ

要望ヒアリング、現状把握
↓
アンケート調査
↓
ゴール設定
↓
コンサルティング実施

※実施内容は
店舗によって異なります。



茶菓子屋コンチェ

【清水区入船町】

本格チョコレートと静岡茶を堪能できるカフェ

依頼内容 「チョコレート×お茶」のコンセプトを広める

ゴール設定

店舗の認知拡大
Instagram フォロワーの獲得



取組内容

①おすすめメニューのPOP作成

改善前

- 24種類あり迷ってしまう
- 組み合わせメニューの小サイズがない



改善後

- 人気の3種類のPOPを作成！
- お手軽な小サイズを販売



こだわりのお茶×フルーツ コンチェならではのチョコレート

②清水みなと祭りで初出店・販売



見やすい位置にPOPを掲示

学生自らがお客様対応やフォローを声掛け



Instagramフォローで小サイズ
通常600円→500円で特別販売！

Instagramフォロワー38人獲得！
チョコレートのかき氷が珍しいなど好評
→来場者へお店の魅力をPRできた

③一周年記念イベント限定メニュー考案

改善前



「カカオどら焼きパンケーキ」

改善後



「コンチェのパンケーキ」

- お店の名前が入ったネーミングに
- パンケーキをカカオ生地へ替えて「コンチェらしさ」を活かす

- ・2種類のあずきを用意
- ・静岡抹茶のチュイルをトッピング
- ・静岡茶飲み放題付
- ・注文を受けてから作りふわふわ焼きたてを提供

④一周年記念イベント Instagram 事前周知

①1週間前ストーリー



日時・場所の情報のみ
フォロワーへイベントの
わくわく感を提供

②3日前ストーリー



店主自らの文章付き投稿
限定商品のこだわりを
発信

③前日投稿



イベント限定商品の
動画投稿
フォロワーへ商品の魅力を
訴求

《お客様の反応》
・Instagramの投稿を見て来店した
・コンチェらしいパンケーキを
堪能できた

取組の効果

- ①おすすめ商品のPOPを作成した結果、お客様が商品を選びやすくなり、売上増加に繋がった。
- ②Instagramフォローを誘引する企画を実施したことにより、フォロワーが38人増加した。
- ③既存のメニューによりお店の強みを活かせる工夫をしたことで、店舗のコンセプトが伝わりやすくなった。
- ④Instagramでの情報発信を継続的行った結果、店舗への来店に繋がった。

こうじ や か へ え

花屋嘉兵衛 (旧:川村こうじ店)

【葵区宮ヶ崎町】

江戸時代から170年続く老舗の花屋さん

依頼内容 伝統製法の周知
新規顧客の獲得

ゴール設定

子育て世代への認知拡大
甘酒の認知拡大



アンケートによる現状把握

調査概要

目的…若者の健康食や甘酒に対するイメージを把握し、今後のInstagramでの情報発信に活かすため

対象…県立大学生116名

調査方法…Googleフォーム

調査結果

- ・甘酒が健康食である認知度がまだ低い
- ・健康食には「身体に良いが味はまいち」というイメージがある
- ・甘酒を知っている人は多いものの、その健康効果を知らない
- ・甘酒に求められているのは「おいしさ」である

取組内容

①「冷やし甘酒」POP 作成



江戸時代から親しまれている冷やし甘酒を夏にぴったりの涼し気なデザインのPOPでPR!

②静岡夏まつり夜店市での販売

期間中は学生が販売のお手伝い！
お客様に店舗の紹介や伝統製法について説明



- ・冷やし甘酒に興味を持ち、立ち寄る人が多かった
- ・20代～30代の購入が多かった
- ・売上目標達成！

③「甘酒のもと」パッケージリニューアル

改善前

- ・旧店舗名「川村こうじ店」の記載
- ・背景で文字が見づらい
- ・作り方の記載など情報量が多い



改善後

- ・ポップで親しみやすいデザイン
- ・シンプルな情報量
- ・キャッチフレーズ「伝統の味、これからも。」で老舗・伝統製法をPR

→リニューアル後、長政まつりに出店・販売！

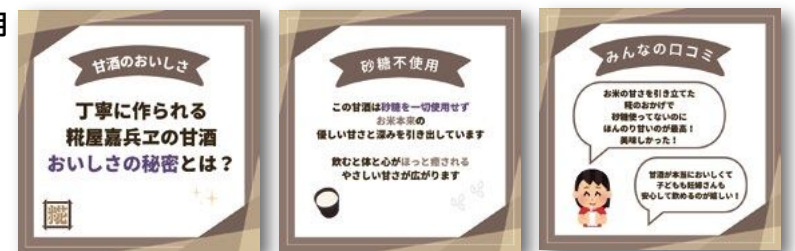


④Instagram での情報発信

◆20～40代のフォロワーが多いInstagramを活用

<投稿内容>

- ①甘酒の健康効果と健康に良い理由
- ②花屋嘉兵衛さんの甘酒が江戸時代から続く伝統製法で作られていること
→年間を通して楽しめる飲み物
- ③花屋嘉兵衛さんの甘酒のおいしさより効果を引き出す「甘酒を飲むおすすめの時間帯」



3回にわたって投稿し、店舗・商品の魅力を発信

取組の効果

- ①「冷やし甘酒」のPOPを作成・掲示したイベントでの販売は、子育て世代の購入につながった。
- ②商品をパッケージリニューアルしたことで、新店舗名や伝統製法について効果的にPRできるようになった。
- ③ Instagramの投稿により、花屋嘉兵衛の甘酒の魅力や健康効果などをターゲットに周知することができた。

野櫻山葵漬

【葵区宮ケ崎町】

伝統製法にこだわるわさび漬け専門店

依頼内容 若年層への認知拡大
伝統製法の発信

ゴール設定 新規顧客の開拓
商品の認知度向上



アンケートによる現状把握

調査概要

目的…消費者の購買行動の把握のため
対象…長政まつり試食会に
立ち寄ってくれた方
調査方法…Googleフォーム
有効回答数…31人

調査結果

- 野櫻山葵漬の商品を購入するときに重視するポイントは何か？
→28人が「味」と回答
- どのようなきっかけがあれば商品を購入したくなるか？
→試食イベント
- どのようなときに商品を購入したくなるか？
→帰省時のお土産

取組内容

①Instagram リール動画の作成の提案

●野櫻山葵漬の秘伝製法



●野櫻秘伝の仕込み



●辛さの秘密



どの動画も
300回以上再生

②長政まつりでの試食会の実施

●わさび漬に合う組み合わせを模索



わさび漬の
辛さや香りを
活かせる
食材にしたい…

葵煎餅本家さんの「うすやき」と
クラッカーに決定！



約70人が試食！

③ギフトセットの販売

改善前



改善後



＜パッケージ変更＞
色鮮やかで和テイストのデザインに



＜包装変更＞
お祭りで持ち運びしやすい巾着袋へ

長政まつりで
特別販売！
今後お正月等の
帰省のタイミングに
合わせて販売予定

取組の効果

- 「見る機会」の創出により、Instagramフォロワーの方を中心に伝統製法を伝えることができた。
- 「食べる機会」として、様々な年代の人に商品を試食してもらうことで、認知度向上に繋がった。
- 「買う機会」の創出として、リニューアルしたギフトセットを販売したことで、新規顧客を獲得できた。

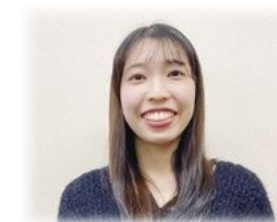
大コン事業に参加してみて

茶菓子屋コンチェ



店主
田中 克典さん

学生達は中小規模事業が抱える課題や悩みをよく理解してくれていたため、とても良い仕事相手となりました。出店して間もないため、様々な悩みがありますが、取組を通じて今後の方向性が見えました。



リーダー
戸塚 凜さん

経営者と連携した取組は、普段の大学生活では得難い経験で、視野を広げることができました。マーケティングを活かして地域のお店に携わった経験は、地元貢献を目指す第一歩となりました。

花屋嘉兵衛



店主
坂井 智也さん

同じ船に乗り同じ方向を向いて行動したことで非常にワクワクさせてもらいました。特にポスターデザインはターゲット層の目を惹くデザインで新規顧客の獲得が出来たと実感しています。



リーダー
佐野 果蓮さん

自分たちの提案を取り入れていただき、お店に貢献できたことに、やりがいを感じました。冷やし甘酒のPOPはイベントで多くの人の目を引き購入につながって、とても嬉しかったです。

野櫻山葵漬



店主
野櫻 喜裕さん

大学生による新鮮で独創的な発想から、新商品開発やイベント企画等を行いました。未開拓の顧客層へのアプローチを推進できるととても良い機会でした。



リーダー
鈴木 那奈さん

私にとって馴染みがない商品でしたが、試行錯誤しながらコンサルティングに取り組みました。初めて食べる方にもわさび漬けに興味を持ってもらうことができ、とても充実した活動でした。